



报业蓝皮书

®

BLUE BOOK OF NEWSPAPER INDUSTRY

中国报业发展报告

2007

创新成就未来

盘点年度资讯 · 预测时代前程

THE DEVELOPMENT REPORT
OF CHINA'S NEWSPAPER INDUSTRY
(2007)

主 编/林 江

副主编/冯玉明



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)





报业蓝皮书

BLUE BOOK OF
NEWSPAPER INDUSTRY

中国报业发展报告 2007

创新成就未来

Innovation Achieves Future

THE DEVELOPMENT REPORT
OF CHINA'S NEWSPAPER INDUSTRY
(2007)

主 编 / 林 江

副主编 / 冯玉明



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国报业发展报告 2007: 创新成就未来/林江主编. - 北京: 社会科学文献出版社, 2007. 6

(报业蓝皮书)

ISBN 978-7-80230-685-1

I. 中... II. 林... III. 报纸-新闻工作-研究报告-中国-2007 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 078855 号

法律声明

“皮书系列”(含蓝皮书、绿皮书、黄皮书)为社会科学文献出版社按年份出版的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权,其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册,社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权,任何复制、模仿或以其他方式侵害 () 和“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专有权的行为均属于侵权行为,社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任,维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话: 010-65137751。

社会科学文献出版社

法律顾问: 北京市建元律师事务所

· 报业蓝皮书 ·

中国报业发展报告 2007

——创新成就未来

主 编 / 林 江

副 主 编 / 冯玉明

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 65269967

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 85117872 pishubu@ssap.cn

责任编辑 / 武 云

责任校对 / 张瑞萍

责任印制 / 盖永东

品牌推广 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 65285539

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787 × 1092 毫米 1/16 开

印 张 / 32

字 数 / 527 千字

版 次 / 2007 年 6 月第 1 版

印 次 / 2007 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 80230 - 685 - 1/F · 147

定 价 / 69.00 元 (含光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误,

请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

《中国报业发展报告 2007》

编 委 会

顾 问

石 峰 新闻出版总署原副署长

主 编

林 江

副 主 编

冯玉明

主要撰稿人或机构（按篇章为序）

林 江 新闻出版总署报纸期刊出版管理司副司长

冯玉明 新闻出版总署信息中心传媒发展研究所执行所长

张晓群 新闻出版总署信息中心传媒发展研究所博士

喻国明 中国人民大学新闻学院副院长、教授

陈 刚 北京大学新闻与传播学院副院长、教授

范东升 汕头大学长江新闻与传播学院副院长

张建设 赛迪传媒媒体研究中心

中国记者网

南方报业传媒集团

编撰机构

新闻出版总署信息中心传媒发展研究所

提升中国报业整体竞争力 开创中国报业发展新局面（代序）

石 峰

“科学发展”和“全面创新”将是我国报业“十一五”时期发展的“关键词”。

“十一五”时期是我国报纸出版业深化改革、创新发展的战略机遇期。党的十六大和十六届三中、四中、五中全会把深化文化体制改革、大力发展繁荣文化事业和文化产业提到了空前的战略高度，《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》对加强社会主义文化建设做出了全面部署，我国国民经济和社会事业保持了持续快速的发展势头，这一切都为报业的改革发展指明了前进方向，提供了广阔空间。

“十一五”期间，报业发展面临着严峻的挑战。从“十五”时期的情况来看，我国报业在快速发展中也出现了一些比较突出的问题，比如报业发展不平衡加剧，城乡居民报纸消费差距扩大；粗放型发展模式导致报业市场恶性竞争加剧，损害了报业的健康发展；信息技术革命导致多元化传播格局快速形成，对报纸出版业产生了巨大冲击等。

2005年以来，我国报业经历了多年高速发展后的调整期，报业经营出现了一些新情况和新问题。在困难面前，报界同仁以高度的政治责任感和对事业负责的精神，在中央文化体制改革精神的引领下，在困境中直面问题和挑战，努力解决阻碍报业可持续发展的关键问题，从不同角度、不同侧面进行了积极探索，汇集成这一时期我国报业的主旋律——调整与发展。我们欣喜地看到，中国报业

开始对短视的发展战略、粗放的增长方式、同质化的竞争策略、单一的经营模式、落后的传播理念进行深刻的反思，在深化改革、机制创新、开拓市场，提高竞争水平、树立资源中心观、加快网络化转型、实现多媒体融合等方面进行了认真的探索和实践。过去的一年，我国报业在困境中觉醒，在思索中奋起，在探索中前进，是报业发展中很不平凡的一年。这一阶段形成的思想共识、取得的实践成果，必将对我国报业下一步的发展产生深远的影响。

在这样的背景下，报纸出版业有必要认真回顾和总结一年来探索和发展的经验，分析新情况，研究新问题，进一步统一思想，促进报业贯彻落实科学发展观，全面提升报业的整体竞争力。

我在这里提出的报业整体竞争能力问题，是就整个行业而言的，不是指单个报纸的竞争力。之所以提出这个问题，这里有一个重要的背景，就是当前传媒领域出现的多元化传播格局，对于报业来说面临着新的情况：一是传播媒介日益丰富，报业的读者遭遇到了网络和无线通讯等新媒体形式的分流，尤其是年轻一代对新兴媒体的热衷和对传统媒体的逐渐疏远，使得报业在未来发展中吸引读者的难度越来越大。二是面对社会主义市场经济，媒体的经营方式越来越市场化和多样化，而越是在技术上处于新兴状态的媒体，因其没有历史包袱，就越能够按照市场需求设计管理体制和经营机制，这给报业在传媒市场竞争中带来了极大的挑战。三是传媒内容日益多元化，在商业利益的驱动之下，一些媒体的功利性越来越强，而政治责任感和社会责任感被淡化，这就给传统报业继续发挥党和政府喉舌的功能、承担主流媒体的职责提出了更高的要求。针对这种情况，一个报社或几个报社在传媒市场竞争中单打独斗已经无助于整个报业的生存和发展，整个报业必须形成合力，提高报业的整体竞争力。过去我们说竞争主要是指报社和报社之间的竞争，当然，我并不是说今后就不需要这种竞争，但就整个报业来讲，今后则要更多地把一个个报纸出版单位市场竞争水平的提高和报业整体竞争能力的提高有效结合起来，着力推动整个行业在传媒经济浪潮中把握正确方向，壮大经济实力，提高竞争能力，实现可持续发展。

关于如何提高报业的竞争力，在座的各位都有自己比较成熟的见解。从我国报业在多元化传播格局下的发展现状来看，我认为把握舆论导向、转变传播形态、创新体制机制、挖掘市场潜力应该是当前我国报业提高整体竞争力的几个主要方面。

一 关于把握舆论导向

把握舆论导向是提高报业整体竞争力的前提，既是报业作为党和国家舆论阵地所应承担的政治责任，也是报业巩固主流媒体地位的必然选择。为此，报业必须始终坚持党的领导，坚持马克思主义在报纸出版领域的指导地位，坚持社会主义先进文化的前进方向；要紧紧围绕学习、宣传、研究、阐释“三个代表”重要思想，学习贯彻党的十六大精神，贯彻和落实科学发展观，倡导“八荣八耻”观念等方面，加大宣传力度，提高宣传效果，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础；要自觉为全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会、维护安定团结的大局营造良好的舆论氛围；要坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众，大力传播先进文化，支持健康有益文化，努力改造落后文化，坚决抵制腐朽文化；要创新报纸的内容和形式，努力提高舆论引导水平，增强报纸的影响力和亲和力；要正确处理报纸的意识形态属性和商品属性的关系、社会效益和经济效益的关系，始终把社会效益放在首位，努力实现社会效益和经济效益的统一。

行政管理部门要加强对报纸内容的事后审读，强化对报业市场的监管，深化对当前舆论传播形态的研究，引导报纸出版单位严格遵守新闻采编和行业管理的有关规定，自觉地创新传播方式，把坚持正确舆论导向和巩固报业主流媒体地位有机结合起来。

在这里我想重申一个观点。近年来，随着市场竞争的加剧，传媒领域对于内容和效益之间的关系问题出现了一些错误的看法，比如有人认为，低俗化是传媒业发展一个不可避免的倾向，是获取经济效益的有效办法，所以出现一些以低级趣味迎合受众的报纸内容是不足为怪的；还有人认为，内容的自由化可以给报纸带来更多的读者，因此一些报纸便丧失了最基本的政治意识和责任意识，经常发表不负责任的报道和言论。从这几年报业市场的情况来看，事实上，正确引导社会舆论正是报业多年积累起来的一个重要优势。在信息越来越多、传播速度越来越快的社会环境下，读者对于信息质量的要求也越来越高，他们需要获得可靠的消息、具有指导性的评论、包含文化内涵的报道以及可以满足精神需求的文字，因此，追求权威性和高品位也就成为报业保持舆论竞争力和主流媒体地位的必然

选择。我相信，只要善于把握和引导读者的需求，加大内容创新和形式创新的力度，报纸就能够保持对读者的吸引力和对舆论的引导力。

二 关于转变传播形态

转变传播形态是报业提高整体竞争力的关键，是报业发展面向信息技术进步和传播载体变革所必须采取的措施。我们说报业要继续巩固主流媒体的地位，并不是说报业只能墨守成规，停留在平面媒体的固有形态下求发展，而是要积极面对传播技术的发展和进步，顺应数字化、网络化、多媒体传播技术影响下的内容产业发展趋势，拓展报纸出版业的行业内涵和外延，建构数字化、网络化的信息资源聚合平台和传播平台，发展数字化内容产品，开拓增值服务业务，重组运营方式和业务流程，进而调整报业的经营结构，扩展报业的受众范围，延续报业作为主流媒体的地位。最近几年来，报业在转变传播形态方面已经做了许多有益的尝试，对于如何应用网络、无线通讯等技术手段改造原有的业态，不少报社已经有了深入的思考和卓有成效的实践。在传媒市场上，关于如何把报纸内容转化为数字内容，把报纸发行转化为数字营销，把报刊受众转化为数字化受众的思路和实践已经越来越深入，报业与新兴媒体之间互动融合的趋势正在不断加快。在未来的发展中，报业要继续积极探索将报纸阅读体验和数字化传播方式相结合的显示技术和传播技术，发展网络报、手机报、电子报纸等多种数字报纸的出版形式；要根据不断发展的报业传播形态改造传统的业务模式，实现对报纸内容资源的全方位运用和高度整合。

作为行政管理部门，新闻出版总署将进一步加大对报业传播形态转型的引导和支持，通过适当的措施和政策倾斜，鼓励一部分有条件的报纸尽快实现数字化营销；通过建立“数字报业实验室”等方式，探索报业数字化转型中的技术应用和机制改造；通过推动报业内容联盟的建立，保护报业在数字化转型过程中的合理利益，并尝试集合多家报纸的力量共同推进报业转型的步伐。

最近一年来，关于“互联网和手机将取代报纸”的说法甚嚣尘上，唱衰报业的声音不绝于耳，对此我们已经多次在各种场合表明态度，面对新媒体的挑战，我们不能高枕无忧，不能故步自封，但也不必惊惶失措。我们既要充分认识到传播技术进步改变传媒业形态是历史发展的必然趋势，正确评估新技术、新介

质拓展传统报业发展空间的能力，也要充分认识报业的内容原创优势和品牌效应，利用新技术、新媒介为自身发展服务，实现报业和信息网络传播技术的深度融合，推动传统报纸产业的升级。

三 关于创新体制机制

创新体制机制是提高报业整体竞争力的基础，是报业发展获得良好政策环境、迈向科学经营管理、实现宏观管理和微观运行协调一致的保障。报业要贯彻文化体制改革精神，但是改革要有利于党对媒体的领导，这是一条基本原则。建立党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法运营的报纸出版管理体制和富有活力的报业经营机制，就必须在报业行政管理和经营机制两个方面同时进行创新，以更加科学的产业政策指导报纸出版单位发展，以报业的整体发展促进报纸管理体制的进一步创新。

具体说来，行政管理部门主要是通过产业政策调整和管理机制创新来为报业发展创造良好的环境。一是推进行政管理体制变革，加快政府职能转变，推进政企分开、政资分开、政事分开、政府与市场中介组织分开，更好地履行政策调节、市场监管和公共服务的职能；二是建立健全报纸出版准入机制和退出机制，优化报业结构，合理配置报纸出版资源，逐步推进报业跨地区、跨行业、跨媒体经营，促使报业市场由条块分割、地区封锁、城乡分离的市场格局向统一、开放、竞争、有序的现代报业市场体系转变；三是要按照区别对待、分类指导、循序渐进、逐步推开的原则，通过改革试点，出台相应政策，有计划、有步骤地推进报业经营机制创新；四是建立健全报纸出版法规体系，加强报纸内容导向管理，维护报纸出版秩序，规范报业市场竞争环境。通过开展规范报纸发行秩序、报纸发行量稽核、巩固报刊治理成果、改进党报党刊发行等工作，维护报业市场秩序，加强报业市场诚信建设，促使报纸经营由同质化竞争向差异化竞争转变，由价格竞争向内容竞争和服务竞争转变。

各类报纸出版单位要根据文化体制改革的精神和相关政策，结合自身实际，做好内部管理机制创新：一是要创新内部组织结构和业务流程，完善科学决策机制，提高经营管理水平和运营效率，优化采编、经营、管理等业务流程；二是建立公开、平等、竞争、择优的用人机制，建立与工业绩紧密联系、鼓励人才创

新创造的分配和激励机制；三是加快技术改造，积极运用高新科技促进报纸出版业的产业升级；四是根据报业改革的总体精神，科技类、行业类和专业类报纸要逐步转制为企业。党报及时改性报纸出版单位实事业体制，按增加投入、转换机制、增强活力、改善服务的要求提高经营管理水平，其中广告、印刷、发行等经营性资产和业务可剥离出来，转制为企业，进行市场运作，为主业服务。报业集团要继续探索党委领导和法人治理结构相结合的实现途径，实行国有资产授权经营，完善法人治理结构。

四 关于挖掘市场潜力

过去一个时期，由于都市类报纸快速增长的巨大利润，使得我们对报业的观察更多地集中到了一些大城市和某几种报纸上，并且过多地把报业发展的希望寄托在都市类报纸上，而忽视了面向更广阔地域、针对更大范围人群、适应更多种类阅读需求的其他报纸的发展需要，比如依托特定行业发展的行业报，比如面向广大农村地区的报纸等，都重视不够，研究不够。在今后的报业发展中，我们要深入挖掘报业发展的潜力：一是充分借助地市经济发展迅速的优势，着力开发地市报业市场，提高他们的新闻采编水平、经营管理水平和人才队伍素质，提高报纸面向市场的经营能力，培育地市级报纸的广告市场，为整个报业发展培养一支新的生力军；二是依托行业资源，推动行业类报纸改善经营，树立资源中心观，努力建构行业信息资源平台，广泛深入地介入所在行业的各个领域，为所在行业的新闻资讯、广告宣传等需求服务；三是把握细分市场需求，大力发展专业类报纸，通过政策引导、出版资源配置、扶优汰劣等多种措施，促进专业类报纸发展；四是推动报业实施“走出去”战略，充分利用国内国外两个市场、两种资源，积极参与国际报业市场竞争，大力传播中华文化，努力扩大我国报纸在国际市场的份额和影响。

（本文是新闻出版总署原副署长石峰同志在第三届
中国报业竞争力年会上的讲话）

《中国报业发展报告 2007》编撰说明

在 2005 年 8 月举行的第二届中国报业竞争力年会上，新闻出版总署发布了《中国报业发展报告 2005——回望与前瞻》。这是政府报纸出版行业主管部门首次组织编撰的具有政府“白皮书”性质的行业发展报告。该年度报告全面回顾了改革开放以来，特别是党的十六大以来我国报业的改革发展成就，全面解析了我国报业发展的基本格局、发展态势以及宏观发展环境、发展政策环境、法规与监管环境，指明了 2005 年报业发展面临的重大挑战和历史机遇，展望了未来 10 年的中国报业的发展趋势。报告发布后，在报纸出版业界、学术界和相关行业引起了普遍关注，基本实现了《中国报业发展报告》“总结历史，展望未来，阐释政策，指导实践”的编撰方针。

2006 年是我国第十一个“五年发展计划”的开局之年，也是我国报纸出版业深化改革、加快发展的关键一年。全球范围内信息技术革命给传统报纸出版业带来的严峻挑战，文化体制改革进入攻坚期的艰巨任务，以及我国报业长期以来数量型、粗放型增长方式日益显现的弊端，使得《中国报业发展报告 2007》的编撰工作具有了特殊意义。

《中国报业发展报告 2007》在系统完整的统计数据的基础上，全面介绍了 2005 ~ 2006 年度全国报纸出版业的基本格局、出版情况和经营状况，并对报业发展形势做出科学评估。尤为重要的是，本报告根据 2005 年以来，特别是《国民经济和社会发展第十一个五年（2006 ~ 2010 年）规划纲要》和中共中央、国务院《关于深化文化体制改革的若干意见》发出以来我国报业改革发展的新形势、新任务、新进展，着重研究论证了“十一五”时期我国报纸出版业的发展

方向、发展目标和发展模式，重点讨论了改革体制机制、转变发展模式、调整报业结构、促进公共服务、开发市场潜力、发展数字报业、培养创新人才、推进科技进步等事关今后一个时期报业创新发展的重大问题，提出了相关发展思路、发展战略和行动计划。有鉴于此，《中国报业发展报告 2007》的主题确定为“创新成就未来”。

《中国报业发展报告 2007——创新成就未来》的顺利完成，得益于新闻出版总署报刊司承担的《全国报纸出版业“十一五”发展纲要》（以下简称《纲要》）的编制工作。该《纲要》自 2005 年 5 月进入调研阶段起，至 2006 年 6 月完成，历时整整一年。其间，发展规划编制工作办公室对全国主要报业集团、晚报都市报、生活服务类报纸、行业报、产业报、科技报、农村报、老年报等各类报纸出版单位进行了实地调研、会议研讨、问卷调查、深度访谈，对信息技术企业、互联网站、广告公司、市场调查公司、学术教育机构等报业密切关联机构展开了深入调研，同时广泛听取了各省（自治区、直辖市）新闻出版行政管理部门的意见。办公室还制定了八项子课题组成的专题研究计划，委托中国人民大学舆论研究所、北京大学新闻与传播学院广告系、清华大学公共管理学院、汕头大学长江新闻与传播学院、赛迪传媒媒体研究中心、新闻出版总署信息中心传媒发展研究所等专业机构的专家学者同步推进。这些调查研究和专题研究所取得的成果，为《发展纲要》的制定提供了实证依据和政策建议，保证了纲要制定部门全面、客观、准确地把握报业发展形势，科学规划报业发展目标，同时也为《中国报业发展报告 2007——创新成就未来》的编撰工作奠定了坚实的基础。在此，谨向发展规划编制工作办公室，以及大力配合发展规划编制工作办公室开展各项调研活动的单位及承担各项子课题研究工作的专业机构的专家学者表示诚挚的谢意。

《中国报业发展报告 2007——创新成就未来》由“主报告：创新成就未来”、“高端视野：迎接变革挑战”和“专题报告”三部分组成。“主报告”由新闻出版总署报刊司撰写。《高端视野》由新闻出版总署信息中心传媒发展研究所根据报业调研和深度访谈材料整理编撰。八个“专题报告”分别由以下机构的学者专家完成：新闻出版总署信息中心传媒发展研究所张晓群博士（《中国宏观经济与报业互动关系研究报告》），中国人民大学舆论研究所喻国明教授等（《2005 年全国城市居民媒介接触情况的调查报告》），北京大学新闻与传播学院广告系

陈刚教授等（《中国报业与广告业发展关系研究报告》），赛迪传媒集团媒体研究中心（《信息技术应用与报业持续创新研究报告》），汕头大学长江新闻与传播学院范东升教授等（《海外传媒环境与传媒市场研究报告》），新闻出版总署信息中心传媒发展研究所（《中国报业市场经营主体发展状况调查报告》），中国记者网（《2006年中国报业人力资源报告》），广东省新闻出版局和南方报业传媒集团（《珠三角报（刊）业发展规划的初步设想》）。

作为我国各类“蓝皮书”等专业报告的权威出版机构，社会科学文献出版社长期坚持为经济、社会、文化发展服务的出版理念，致力于各类行业、专业研究报告的出版发行，形成了日益丰富的“皮书”系列。本报告的出版得到社会科学文献出版社及谢寿光社长的大力支持，在此一并表示感谢。

新闻出版总署信息中心传媒发展研究所

《中国报业发展报告》编辑部

2007年2月，北京

相关链接

更多信息请查询 www.ssap.com.cn



东南亚华文报纸研究

彭伟步 著

2005年7月出版 29.00元

ISBN 7-80190-570-9/K·135

本书是作者历经八年完成的力作，是第一部比较深入、系统、全面研究东南亚华文报纸与华人关系的著作，资料翔实，内容丰富，视野开阔，既有历史的考察，又有理论的探析。它在新闻史实的基础上，用新闻学、社会学等理论，深入分析了东南亚华文报纸成功发行和生存的经验，揭示了东南亚华文报纸与华人之间的鱼水关系。



全球传播格局

明安香 著

2006年4月出版 75.00元

ISBN 7-80230-017-7/F·347

本书力求从新世纪全球化传播的角度透视、剖析、诠释世界主要国家和地区在报纸、广播、电视、电影、互联网、图书、杂志、音像制品等各个传媒业领域发生的大动荡、大兼并、大改组，形成的新格局、新趋势，并且探讨了各个传媒业内部、各个传媒业之间和国家与国家之间传媒的竞争、冲突与合作。



美国：超级传媒帝国

明安香 著

2005年9月出版 45.00元

ISBN 7-80190-739-8/D·229

本书从新世纪、大传播的角度，全面审视了美国在当今世界新闻传播格局、舆论传播格局中都发挥着重大作用的报纸、电视、电影、广播、书籍、杂志、录音、录像、互联网以及通讯社等九大传媒产业的主要机构、代表人物、特色内容和具体运作等。对于我们深层次认识美国传媒业，做强做大我国的文化传媒业具有很强的借鉴作用。

相关链接

更多信息请查询 www.cssai.com.cn



洞析媒介

——回应传媒变革

周鸿铎 著

2006年6月出版 49.00元

ISBN 7-80230-105-X/F·007

本书从宏观的角度洞析了传媒经济及其走势和对策。在此基础上，深入分析了如何科学认知传媒经济活动，传媒经济的研究方法，传媒资本运营及其投资战略、效益分析方法等，特别是对传媒财务问题提出了一些新的见解。同时，对于报纸媒介和广播电视媒介这两大传统媒介的运营和发展进行了专题性的分析。本书采用“画龙点睛”的手法，对当前传媒变革进行了深刻、透彻的解释，为决策、经营、管理者以及教、研人员提供了准确的依据；它同时也是一部具有前瞻性的专著。



传媒经济“三论说”

周鸿铎 著

2006年6月出版 39.00元

ISBN 7-80230-103-3/F·005

全书从经济层面把传媒经济理论概括为“三论说”，即传媒经济论，突出分析了传媒的二重性和两种功能；传媒产业论，突出分析了传媒产业是信息产业的分支产业，联合是传媒产业发展的一种趋势；传媒生产力论，突出分析了生产力是一个系统，传媒作为生产力系统的一种要素，具有鲜明的生产职能。本书是媒介系统经营与管理者的必读书，也是培养高层次的理论性经营与管理者的必备教材。



牡丹江新闻传媒集团发展报告

周鸿铎 主编

2006年9月出版 45.00元

ISBN 7-80230-279-X/F·060

牡丹江新闻传媒集团发展报告由中国传媒大学教授周鸿铎主编。周教授是我国最早研究传媒经济的学者之一，在传媒经济研究领域建树颇多。为了加强对牡丹江新闻传媒集团的研究，中国传媒大学在牡丹江建立了研究基地，对该集团公司的发展历程进行了跟踪研究。牡丹江新闻传媒集团的经验对全国尤其是地市级传媒集团有借鉴意义。

权威机构 品牌图书 每年新版

皮书是非常珍贵实用的资讯,对社会各个阶层、各种职业的人士都能提供有益的帮助。适宜各级政府部门决策人员,科研机构研究人员,企事业单位领导,媒体记者,国外驻华商社和使领事馆工作人员,以及关注中国和世界经济、社会形势的各界人士阅读。

中国皮书网 (www.pishu.cn)



规划皮书行业标准 网尽皮书行业资讯 权威皮书出版平台 超值服务皮书用户

咨询/邮购电话: 010-65285539 邮箱: duzhe@ssap.cn

网站支持 (销售) 联系电话: 010-65269967 QQ: 168316188 邮箱: service@ssap.cn

邮购地址：北京市东城区先晓胡同 10 号 社科文献出版社市场部 邮编：100005

开户银行: 工商银行北京东四南支行 账号: 0200001009066109151